

Pressemitteilung



Seite 1 von 2

**Zum Start der „Fernsehsenderin“ sixx
Neues Vermarktungskonzept überzeugt / Kunert wirbt
nach 14 Jahren wieder im TV und präsentiert
„Desperate Housewives“ sowie den „sixx
Mädelsabend“**

SevenOne AdFactory GmbH

München, 06. Mai 2010. TV-Comeback nach 14 Jahren: Wenn Deutschlands erster Frauensender sixx on air geht, ist Kunert mit von der Partie. Der Premium-Strumpfhersteller setzt auf die gezielte Ansprache der weiblichen Zielgruppe und das Vermarktungskonzept der SevenOne AdFactory. Ab dem 10. Mai 2010 präsentiert Kunert die US-Erfolgsserie „Desperate Housewives“, die sixx von Montag bis Freitag um 18.45 Uhr ausstrahlt. Im Mittelpunkt des Programm Sponsorings: Die Produktinnovation „Chinchillan“ – die laufmaschenfreie Strumpfhose, die durch ihren Laufmaschen-Stop ein klassisches Frauenproblem löst. Zudem ist Kunert offizieller Lizenz-Partner von „Desperate Housewives“. Die Lizenzkollektion ist ab Herbst im Handel erhältlich und wird auch über ein Programm Sponsoring des Formats beworben.

Ein Unternehmen der
ProSiebenSat.1 Group

Ansprechpartner:

Marcus Prosch
Leiter Kommunikation
Sales & Diversifikation
ProSiebenSat.1 Media AG
Tel. +49 [0] 89/9507-8920
Fax +49 [0] 89/9507-8923
marcus.prosch@prosiebensat1.com

Florian Hofmann
Referent Konzernkommunikation
ProSiebenSat.1 Media AG
Tel. +49 [89] 95 07- 42 44
Fax +49 [89] 95 07- 9 42 44
Florian.Hofmann@prosiebensat1.com

Frauen stellen 55 Prozent des Fernsehpublikums und verbringen mehr Zeit mit Fernsehen als Männer. Im Schnitt schauen Frauen täglich 240 Minuten fern und damit eine halbe Stunde länger als Männer. Diese Erkenntnisse greift sixx auf und zeigt, was Frauen interessiert. Das Konzept, das von der SevenOne AdFactory für Kunert entwickelt wurde, beinhaltet ab Oktober 2010 auch das Sponsoring des „sixx Mädelsabends“: Jeden Montag zur Prime Time zeigt sixx frauenaffine Serien wie „Gossip Girl“, die „Sex and the City“-Nachfolgeserie „Lipstick Jungle“ und „90210“, ein Spin-Off von „Beverly Hills 90210“.

Beta-Straße 10 i
D-85774 Unterföhring
Postfach 1165
D-85767 Unterföhring

Pressemitteilung online:
www.sevenone-adfactory.de

Auch im Internet ist Kunert im Umfeld der „Desperate Housewives“ präsent: Auf ProSieben.de ist das Markenlogo ab Oktober in den Bildergalerien zu sehen, wo die Fans Fotos der Darsteller und Bilder der schönsten Szenen finden. Online Video-Ads leiten zudem die Best of- und Rückblick-Clips der US-Serie ein.

Neue Wege in der sixx-Vermarktung

In der Vermarktung begeht sixx ebenfalls Neuland: Der Verzicht auf klassische Unterbrecherwerbblöcke bedeutet für die Werbekunden hohe Exklusivität im konkurrenzfreien Raum. Zudem erhalten die Kunden maßgeschneiderte Kommunikationslösungen der SevenOne AdFactory, denn sixx finanziert sich ausschließlich über individuelle vernetzte Konzepte und Sonderwerbformen.

Malte Hildebrandt, Vorsitzender der Geschäftsführung SevenOne AdFactory GmbH: „sixx ist eine Spielwiese für kreative Konzepte - gerade für Werbungtreibende, die für ihre Produkte bisher keine passenden TV-Umfelder finden konnten. sixx spricht besonders Kunden an, die unabhängig von Branche oder Größe neue Wege gehen wollen, und auf frische Ideen setzen.“



Seite 2 von 2

Bildmaterial erhalten Sie auf Anfrage bei Florian.Hofmann@prosiebensat1.com oder telefonisch unter 089-9507-4244.

Über die SevenOne AdFactory

Die SevenOne AdFactory setzt dort an, wo klassische Vermarktung aufhört: Passend zum Programm inszeniert die SevenOne AdFactory Marken und entwickelt gemeinsam mit Kunden und Agenturen individuelle vernetzte Konzepte über alle Plattformen der ProSiebenSat.1 Group hinweg. Die kreativen 360-Grad-Lösungen kombinieren bis zu 12 Plattformen – neben TV, Online und mobilen Diensten auch Lizenzen, Product Placement, Testimonials und Events. Kunden können aus dem Vollen schöpfen und erhalten ihr individuelles Konzept – maßgeschneidert und aus einer Hand. Das Dienstleistungsportfolio umfasst die Ideenfindung und Konzepterstellung, die Gestaltung von Werbemitteln (In-House-Produktion), die Umsetzung der Kampagnen sowie die begleitende Marktforschung. 46 Mitarbeiter bilden das Team der SevenOne AdFactory in Unterföhring. Die Geschäftsführer sind Malte Hildebrandt und Sabine Eckhardt.

Über sixx

Emotional. Selbstbewusst. Lebhaft. Anspruchsvoll. Das ist sixx, der weiblichste Fernsehsender der ProSiebenSat1-Sendergruppe, der am 7. Mai 2010 startet.

Knapp 42 Millionen Frauen in Deutschland können auf über 100 Frauenzeitschriften am Kiosk zurückgreifen – aber es gibt noch keinen Sender, der ihren Wünschen und Anforderungen wirklich gerecht wird. Das soll sich jetzt ändern. Der Claim des Senders lautet: „Das will ich auch“. Das macht neugierig.

Die klassische sixx-Zuschauerin ist zwischen 19 und 49 Jahren (Kernzielgruppe 20 – 39 Jahre). Sie ist selbstbewusst, smart, clever – aber auch zart und verletzlich. Sie steht mittendrin im Leben, ist stylischer Trendsetter, beste Freundin, schmusiger Familienmensch, engagierte Kollegin und ein echter Kumpel.

sixx zeigt alles, was Frauen interessiert: Die besten amerikanischen Serien, tolle Movies und echte Geschichten, die unter die Haut gehen.

Ein besonderes Highlight auf sixx ist die Königin des Talks, „Oprah Winfrey“. Aber auch die innovativste tägliche Sendung aus den USA, die „Rachel Ray Show“. Aus den Niederlanden hat sixx das Serien-Highlight „S1ngels“ im Programm – die europäische Antwort auf „Sex in the City“. Frisch, authentisch und lustig.